

10.Словарь коммерсанта: толковый русско-английский и англо-русский / Сост. И.В.Липсиц. – М.: Машиностроение, ИНФРА-М, 1996. – 334 с.

11.Финансовое управление фирмой / Под ред. В.И.Терехина. – М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1998. – 247 с.

12.Финансы / Под ред. В.М.Радионой. – М: Финансы и статистика, 1995. – 432 с.

Отримано 09.08.2006

УДК 338.5

К.О.ВЕЛИКИХ

Харківська національна академія міського господарства

ОСОБЛИВОСТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Розглядається значення і використання витратного методу ціноутворення в сучасних умовах. Аналізуються особливості ціноутворення і застосування різних підходів до витратного методу.

В умовах ринку ціна є основним інструментом економічної діяльності підприємства. Застосування методу ціноутворення залежить від вибору основної мети діяльності підприємства. Виділяють, наприклад, такі основні цілі: досягнення максимального прибутку, максимальних обсягів продажу, максимальних темпів росту. Ціна обслуговує оборот, тому в ній повинні бути враховані інтереси і виготовлювачів, і споживачів. Ціни є економічним критерієм, на основі якого виконується оптимізація номенклатури й асортименту продукції, що випускається, при наявних матеріальних, трудових, фінансових ресурсах.

Застосовують два основних практичних підходи до ціноутворення: витратний і ціннісний [1]. Витратний підхід припускає таку послідовність аналізу і встановлення ціни: виріб – технологія – витрати – ціна – цінність – споживачі. В основі витратного методу лежать підтверджені документально витрати на виробництво і реалізацію. При ціннісному підході послідовність аналізу зворотна: споживачі – цінність – ціна – витрати – технологія – виріб.

Витратний метод припускає, як правило, пасивне ціноутворення, тобто встановлення цін на основі витрат чи цін конкурентів. Ціннісний підхід припускає максимізацію прибутку, насамперед, за рахунок досягнення найкращого для підприємства співвідношення «цінність-витрати». При цьому використовується активне ціноутворення. Встановлення цін погоджується з визначеною політикою збуту для досягнення обсягів продажу і величини витрат, що забезпечують необхідний прибуток. Під цінністю розуміється ціна (витрати і прибуток) плюс величина виграшу споживача.

З метою розширення самостійності в господарській діяльності, стимулювання випуску високоякісної продукції методикою [4] введено застосування договірних цін на нову чи вперше освоювану продукцію серійного (масового) виробництва і продукцію, що виготовляється за індивідуальними замовленнями. Наводиться також загальний підхід до розрахунку прейскурантних цін на нову продукцію, призначену для заміни раніше освоєної, на основі нормативів цін і системи доплат і знижок. Нові методичні підходи до списання витрат на собівартість продукції, таким чином, реалізовані в ряді нормативних методичних рекомендацій. У методичних рекомендаціях [5] відзначається, щодо розробки таких методик Мінфін і Мінекономіки України рекомендується промисловим підприємствам у керуючому обліку тимчасово ціну реалізації продукції ($Ц$) установлювати так:

$$Ц = Bc + Ba + Bz + П + ПДВ,$$

де Bc – виробнича собівартість продукції (робіт, послуг); Ba – адміністративні витрати; Bz – витрати на збут продукції; $П$ – сума прибутку; $ПДВ$ – сума податку на додану вартість.

Такий розрахунок відпускної ціни є застосуванням витратного методу ціноутворення, оснований на визначенні повних витрат і прибутку. При цьому спосіб визначення прибутку, на відміну від методичних підходів, що застосовувалися раніше, і методик, не обмовляється. Повні ж витрати розділені на складові, відповідно до Закону [6]. Використання витратного методу ціноутворення призводить до неефективного використання матеріальних і фінансових ресурсів, недостатньо повному задоволенню запитів споживачів у відношенні параметрів продукції, недостатньому узгодженню інтересів виготовлювачів і споживачів, невідповідності цін її якості. Ці проблеми реального ціноутворення привертала увагу фахівців. Спроби їхнього рішення пропонувалися як у теоретичних роботах, так і в прикладних методиках, починаючи з Методики [8]. Заходи, що розроблялися по зменшенню недоліків витратного методу ціноутворення становлять визначений інтерес у плані теорії і практики в даний час.

При цьому, разом з витратною основою ціни пропонувалося враховувати надбавки (знижки) до ціни, що враховують споживчі властивості (якість) продукції. Обґрунтування оптових цін на нові вироби, призначені для заміни раніше освоєних, включало: встановлення базового виробу; розрахунок верхньої межі ціни на новий виріб ($Ц_{вп}$); розрахунок нижньої межі ціни ($Ц_{нп}$); визначення витрат на підготовку й освоєння виробництва нової продукції ($З_{он}$); зіставлення верх-

ньою і нижньою меж для визначення економічної ефективності нової продукції, визначення оптової ціни на нову продукцію, що забезпечує економічний ефект виробнику і споживачу. На стадії завдання на проектуванні нових виробів, для підвищення економічної ефективності розробки, створення із заданими якісними характеристиками, обмеження росту витрат на виробництво і забезпечення відносного здешевлення на одиницю корисного ефекту було запропоновано визначити лімітні ціни. В [3, с.155] економічна сутність лімітної ціни в загальному вигляді представлена так:

$$Цл = \alpha \cdot Цба + \mathcal{E}n,$$

де α – коефіцієнт заміни нового виробу базовим; $\mathcal{E}n$ – економічний ефект у споживача в результаті застосування нового виробу.

Важливої складової заходів щодо зниження негативних наслідків застосування витратної моделі ціни були обґрунтовані в теоретичних дослідженнях і закріплені в методиках [2, 4, 7-9] пропозиції по встановленню заохочувальних надбавок до оптових прейскурантних цін нових виробів, ув'язані з підвищенням їхніх якісних характеристик і економічного ефекту від застосування. Такий підхід частково можна також використовувати в ринкових умовах.

1.Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование. – М.: Изд-во БЕК, 1997. – 368 с.

2.Методика определения оптовых цен и нормативов чистой продукции на новые машины, оборудование и приборы производственно-технического назначения. – М.: Госкомцен, 1982. – 44 с.

3.Белоусов Р.А. Общественно-необходимые затраты труда и уровень оптовых цен. – М.: Мысль, 1969. – 276 с.

4. Методика определения оптовых цен на новую машиностроительную продукцию производственно-технического назначения. – М.: Госкомцен, 1987. – 29 с.

5.Методичні рекомендації по формуванню собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості. – Харків: Фактор, 2001. – 199 с.

6.Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні Закон України №996-ХІ від 16.07.1999 р., із змінами і доповненнями.

7.Методичні рекомендації з формування собівартості будівельно-монтажних робіт: Наказ державного комітету будівництва, архітектури №81 від 17.05.2002 р.

8.Методика определения оптовых цен на новую продукцию производственно-технического назначения. – М.: Госкомцен, 1969. – 20 с.

9. Методика определения оптовых цен на новую продукцию производственно-технического назначения. – М.: Прейскурантиздат, 1974. – 32 с.

Отримано 08.08.2006